

Workshop Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi bagi Pebisnis Muda

¹⁾Annisa Desty Puspatriani*, ²⁾Ernawati, ³⁾Arip Budiman
^{1,2,3)}Manajemen Pemasaran, Politeknik LP3I, Kota Tasikmalaya, Indonesia

Email Corresponding: ¹adpuspatriani@gmail.com ²ernawati_tsk@plb.ac.id ³arip.budiman@plb.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digital Marketing Media Sosial Tiktok Promosi Pebisnis Muda	Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat judul “Workshop Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi bagi Pebisnis Muda” ini adalah untuk membantu siswa/i dan pelaku bisnis usia muda mendapatkan skill dalam mengkomunikasikan merek dan produk melalui media digital Tiktok juga pendampingan untuk mengoptimalkan komunikasi pemasaran digital yang sudah dilakukan peserta. Penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi telah menjadi fenomena yang berkembang pesat dalam strategi pemasaran digital. Khususnya bagi pebisnis muda, Tiktok menawarkan platform yang dinamis dan kreatif untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada khalayak luas. Workshop ini menyajikan pandangan tentang bagaimana Tiktok telah menjadi alat yang efektif dalam membangun merek dan meningkatkan visibilitas bisnis bagi generasi muda. Kami menganalisis fenomena ini dari segi daya tarik Tiktok, strategi gaya konten yang sukses, serta interaksi otentik dengan audiens. Melalui pemahaman yang mendalam tentang fitur-fitur Tiktok dan metode bisnis yang relevan. Kegiatan ini juga memberikan wawasan berbisnis muda yang ingin memanfaatkan potensi platform ini untuk mengembangkan bisnis mereka ini. Dengan memadukan kreativitas, keterampilan pemasaran digital, dan pemahaman tentang preferensi generasi muda, pebisnis dapat memanfaatkan Tiktok sebagai media promosi yang inovatif dan kreatif di era digital saat ini.
Keywords: Digital Marketing Social Media Tiktok Promotion Young Entrepreneur	ABSTRACT The aim of community service which carries the title "Workshop on Using the Tiktok Application as a Promotional Media for Young Business People" This is to help students and young business people gain skills in communicating brands and products through the digital media Tiktok as well as assistance to optimize digital marketing communications that have been carried out by participants. The use of the Tiktok application as a promotional medium has become a rapidly growing phenomenon in digital marketing strategies. Especially for young business people, Tiktok offers a dynamic and creative platform to introduce products or services to a wide audience. This workshop presents views on how Tiktok has become an effective tool in building brands and increasing business visibility for the younger generation. We analyze this phenomenon in terms of Tiktok's appeal, successful content style strategies, and authentic interactions with the audience. Through a deep understanding of Tiktok features and relevant business methods. This activity also provides insight into young businesses who want to take advantage of the potential of this platform to develop their business. By combining creativity, digital marketing skills, and understanding the preferences of the younger generation, business people can utilize Tiktok as an innovative and creative promotional medium in today's digital era. This is an open access article under the CC-BY-SA license.



I. PENDAHULUAN

Saat ini, kemajuan teknologi informasi semakin cepat berkembang bahkan berubah-ubah. Seiring dengan kemajuan zaman dalam dunia bisnis, teknologi memiliki peran yang penting dalam kelangsungan bisnis. Saat ini, sistem informasi menjadi sebuah kebutuhan dalam menjalankan aktivitas atau kegiatan. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, maka akan menghasilkan informasi yang akurat. Sejak tahun 2020 lalu, Covid-19 mewabah hampir di seluruh dunia. Virus ini membawa dampak yang sangat besar pada

perekonomian global bahkan memperburuk kondisi ekonomi dan menekan dunia usaha di Indonesia. Keterbatasan aktivitas yang dilakukan diluar rumah menjadi kendala dalam perekonomian sehingga media digital menjadi solusi yang dibutuhkan semua masyarakat baik dalam hal pendidikan, pekerjaan, terutama dalam dunia bisnis.

Dalam dunia bisnis, fenomena ini menuntut para pelaku usaha untuk dapat bertahan dan menjalankan kegiatan usahanya. Dengan begitu banyak pelaku usaha yang memutuskan untuk menjalankan bisnis dari rumah dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu menggunakan media sosial. Dengan adanya penurunan penjualan, promosi menjadi hal yang paling penting untuk dilakukan sehingga pemanfaatan fitur-fitur dalam media sosial harus dioptimalkan. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan menarik minat konsumen juga untuk mempertahankan konsumen agar tetap tertarik pada produk atau jasa yang disediakan.

Beberapa media sosial saat ini acap kali digunakan untuk kegiatan promosi, salah satunya aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok sebenarnya bukan aplikasi baru, bahkan aplikasi ini dulunya adalah aplikasi pertama yang paling banyak diunduh pada 2019 hingga 1 miliar kali dan juga memenangkan popularitas terbesar di enam negara, salah satunya di Indonesia, seperti yang dikatakan oleh Mikhael pada penelitiannya yang dilakukan pada tahun 2019 (Ruth, D., & Candraningrum, 2020). Dengan keberagaman fitur yang ditawarkan aplikasi Tiktok untuk mendukung kegiatan promosi inilah menjadikan Tiktok sebagai aplikasi yang efektif untuk digunakan oleh para pelaku usaha. Banyaknya pengguna juga menjadi salah satu alasan mengapa aplikasi ini efektif digunakan, semakin banyak pengguna maka semakin luas jangkauan pasar bisnis dan hal ini tentunya akan berdampak terhadap penjualan.

Kabupaten Tasikmalaya dinilai sebagai kabupaten paling besar dan berperan penting di wilayah Priangan Timur, sebagian besar wilayah kabupaten ini masih daerah hijau sehingga mayoritas penduduknya masih bermata pencaharian sebagai petani. Namun seiring perkembangan zaman, mata pencaharian penduduknya mulai merambah ke produksi kerajinan dan juga usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) lainnya. Dengan adanya fenomena ini, pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan digital marketing khususnya aplikasi Tiktok sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan promosi yang akan dikembangkan. Masyarakat mulai menerima dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada karena mereka yakin hal tersebut dapat meningkatkan penjualan dan kesejahteraan. Adanya peningkatan penjualan yang terjadi karena viralnya promosi menggunakan tiktok seperti penjualan produk-produk kosmetik, kesehatan, kuliner dan lain sebagainya, itu merupakan bukti bahwa promosi menggunakan tiktok merupakan solusi bagi pemilik bisnis untuk mengembangkan usahanya melewati media digital yang sedang digemari masyarakat Indonesia terutama anak muda (Saffira, L., & Rahmawan, G., 2022). Saat ini untuk berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar, namun lebih ditekankan adanya kelihaihan dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada, kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan sumber daya yang ada. Kesuksesan pemasaran online membutuhkan sumber daya untuk membuat konten dan membangun pengikut yang berkualitas (Chakti, 2019).

Artikel ini membahas mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, serta memberikan pelatihan kepada peserta kegiatan pengabdian di SMK Ummul Quro Jatiwaras agar dapat meningkatkan efisiensi kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan aplikasi Tiktok. Sehingga kegiatan ini dibuat untuk memberikan solusi yang lebih efektif dan efisien dalam proses mempromosikan produk.

Pengabdian ini bertujuan membantu siswa/i dan pelaku bisnis usia muda mendapatkan skill dalam mengkomunikasikan merek dan produk melalui media digital aplikasi Tiktok juga pendampingan dalam pengoptimalan fitur-fitur pada aplikasi Tiktok untuk menunjang kegiatan pemasaran. Kegiatan ini kamiawali dengan memberikan pengetahuan dan wawasan untuk siswa/i di SMK Ummul Quro yang memiliki ketertarikan menjadi pebisnis muda yang akan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. SMK Ummul Quro Jatiwaras yang beralamat di Jalan Sanggariang Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang berada di Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan praobservasi yang telah dilakukan, siswa/i SMK Ummul Quro Jatiwaras tertarik untuk mempelajari Tiktok sebagai media promosi khususnya bagi pebisnis muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka kami tertarik melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat terkait penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi bagi pebisnis muda, dimana kegiatan pengabdian ini akan mengidentifikasi suatu permasalahan yang dihadapi oleh pebisnis muda terkait optimalisasi

penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi. Hipotesis awal dalam kegiatan ini memberikan peningkatan signifikan dalam efisiensi dan efektifitas dari kegiatan promosi.

II. MASALAH

Pemilihan SMK Ummul Quro Jatiwaras sebagai target dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan keputusan yang tepat dengan skema fokus pada optimalisasi penggunaan aplikasi Tiktok. Berdasarkan paparan latar belakang di atas dapat diidentifikasi bahwa siswa/i jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) SMK Ummul Quro Jatiwaras belum memahami optimalisasi penggunaan Tiktok sebagai media pemasaran. Sementara itu banyak siswa/i yang menggunakan media digital ini hanya sebatas untuk hiburan saja namun belum mengerti bagaimana menggunakan teknologi ini secara bijak untuk mendukung kegiatan bisnis. Analisa mendalam dilakukan setelah dilakukannya survey dan koordinasi dengan pihak Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru-guru yang ada di SMK Ummul Quro Jatiwaras. Dari hasil survey dan analisa yang dilakukan ternyata masih banyaknya siswa/i yang belum memahami kegunaan dari Tiktok sebagai upaya untuk memaksimalkan pemasaran produk, keingintahuan siswa/i terhadap fitur-fitur yang ada dalam aplikasi Tiktok sehingga dapat menunjang kegiatan pemasaran bagi pebisnis muda dan adanya keingintahuan untuk menggunakan media sosial tidak hanya sebagai media hiburan namun juga sebagai media pemasaran bagi pebisnis muda.



Gambar 1. Survei dan Koordinasi dengan Pihak Sekolah

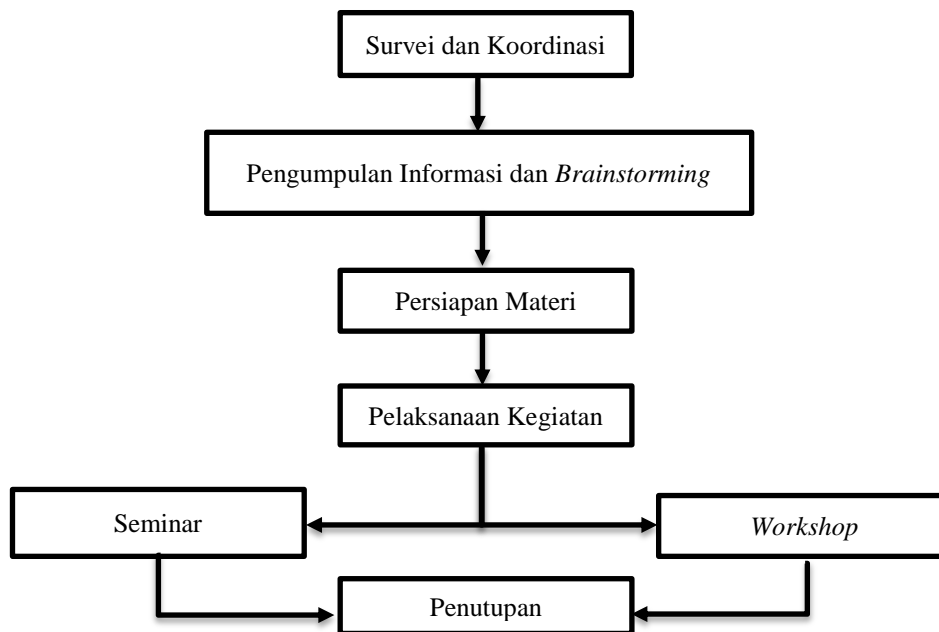
Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan siswa/i jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) SMK Ummul Quro Jatiwaras dapat membuka wawasan dan pengetahuan baru dan menjadikan mereka pengguna teknologi yang bisa memanfaatkan media internet secara bijaksana karena banyak hal yang bisa dimanfaatkan dan diketahui secara positif dari perkembangan internet khususnya pemasaran produk. Disamping itu, mereka juga perlu diberikan pendampingan untuk mengoptimalkan komunikasi pemasaran digital.

III. METODE

Dengan diselenggarakannya kegiatan *workshop* aplikasi penggunaan aplikasi Tiktok bagi pebisnis muda ini maka diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga meningkatkan kreatifitasnya dalam melakukan kegiatan pemasaran. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada hari Rabu, 2 Agustus 2023 di SMK Ummul Quro Jatiwaras yang beralamat di Jalan Sanggariang Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya Propinsi Jawa Barat. Sasaran dalam kegiatan ini adalah seluruh siswa/i SMK Ummul Quro Jatiwaras jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) dengan jumlah peserta 39 siswa. Adapun metode pelaksanaan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibagi ke dalam 3 (tiga) tahapan, diantaranya :

1. Pelaksanaan survei dan koordinasi dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru-guru yang ada di SMK Ummul Quro Jatiwaras.
2. Prngumpulan informasi dan *brainstorming* dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru-guru SMK Ummul Quro Jatiwaras terkait materi yang diperlukan.
3. Persiapan materi yang akan disampaikan dan perlengkapannya oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat.
4. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari 2 (dua) kegiatan yaitu penyampaian materi dengan metode seminar, dan pendampingan (*workshop*) penggunaan aplikasi Tiktok.

5. Penutupan acara dengan kegiatan doa bersama.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini disambut dengan baik oleh pihak sekolah, karena dengan adanya kegiatan ini harapannya siswa/i bertambah pengetahuan mengenai pentingnya melek teknologi sebagai sarana usaha mereka demi meningkatkan pendapatan bukan hanya sebagai sarana hiburan semata.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendahuluan Kegiatan

Pada tahap awal kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melakukan survei dan koordinasi dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru-guru yang ada di SMK Ummul Quro Jatiwaras. Observasi dilakukan dengan melakukan pengumpulan informasi mengenai materi apa saja yang sudah dan belum dipelajari serta *brainstorming* dengan siswa/i SMK Ummul Quro Jatiwaras jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP). Setelah dilakukan pengumpulan informasi dan *brainstorming* diperoleh informasi :

- Masih banyaknya siswa/i yang belum memahami kegunaan dari Tiktok sebagai upaya untuk memaksimalkan pemasaran produk.
- Keingintahuan siswa/i terhadap fitur-fitur yang ada dalam aplikasi Tiktok sehingga dapat menunjang kegiatan pemasaran bagi pebisnis muda.
- Adanya peluang untuk menggunakan media sosial tidak hanya sebagai media hiburan namun juga sebagai media pemasaran bagi pebisnis muda.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka tim memutuskan untuk dapat memberikan materi mengenai penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi bagi pebisnis muda agar dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta mendorong munculnya jiwa *entrepreneur*.

Pelaksanaan Kegiatan

Setelah dilakukannya pendahuluan kegiatan yang meliputi pengumpulan informasi dan *brainstorming*, juga persiapan materi yang akan diberikan, kemudian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan pada hari Rabu, tanggal 2 Agustus 2023 di SMK Ummul Quro Jatiwaras dengan sasaran peserta adalah siswa/i jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) dengan jumlah kehadiran 39 orang.

Sebelum pemaparan materi, sambutan diberikan oleh Ketua Pelaksana kegiatan yaitu Arip Budiman S.T., M.Pd dan Wakil Kepala Sekolah SMK Ummul Quro Jatiwaras. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan seminar yang disampaikan oleh 2 (dua) orang dosen Program Studi Manajemen Pemasaran Politeknik LP3I yaitu Hj. Ernawati, S.E., M.Pd., M.M dan Annisa Desty Puspatriani, S.E., M.M. Materi yang

disampaikan meliputi kegunaan aplikasi Tiktok, tren pemasaran saat ini, fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi Tiktok, cara meningkatkan penjualan melalui Tiktok Shop, keunggulan Tiktok, serta tips promosikan produk di Tiktok. Dari kegiatan ini, peserta banyak memberikan pertanyaan terkait penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi, karena yang peserta gunakan selama ini aplikasi Tiktok hanya sebagai media hiburan saja.



Gambar 3. Materi Pengabdian Kepada Masyarakat

Setelah memberikan pemahaman dasar terkait penggunaan aplikasi Tiktok, kegiatan selanjutnya yaitu *workshop* atau pendampingan dalam mengoperasikan dan mempromosikan produk melalui Tiktok Shop, para peserta begitu antusias mengikuti setiap tahapan kegiatan. Dalam kegiatan ini, peserta didampingi dan diajarkan untuk dapat membuat akun Tiktok Shop dari awal sampai dengan akhir, kemudian diarahkan untuk menggunakan fitur-fitur yang ada dalam melakukan promosi produk. Tahap demi tahap mereka ikuti dan praktikkan menggunakan ponsel masing-masing. Beberapa kegiatan dalam tahap implementasi dan *workshop* ini antara lain :

- Memberikan arahan, pendampingan serta praktik pembuatan akun sebagai *seller* atau pelaku usaha menggunakan Tiktok Shop sebagai media promosi.
- Memberikan arahan, pendampingan serta praktik unggah konten berupa foto dan video produk, juga memberikan masukan terkait konten yang menarik.
- Mempraktikkan fitur *live* pada akun Tiktok Shop yang sudah dibuat dan memberikan arahan informasi apa saja yang harus disampaikan saat melakukan *live* dalam mempromosikan produk.



Gambar 4. *Workshop* Penggunaan Aplikasi Tiktok

Media promosi digital khususnya Tiktok menjadi pilihan efektif untuk pebisnis muda dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Dengan menggunakan media digital, pebisnis muda dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas, tidak terbatas pada batas geografi sehingga ini menjadi solusi terbaik untuk melakukan promosi bagi para pebisnis muda.

Hasil dari kegiatan pengabdian ini, siswa/i SMK Ummul Quro Jatiwaras jurusan Bisnis Daring Pemasaran (BDP) mengetahui kegunaan serta fungsi dari fitur-fitur yang ada di aplikasi Tiktok untuk media promosi karena mempraktekkan secara langsung, serta menambah wawasan terkait keunggulan Tiktok dan tips mempromosikan produk di Tiktok sehingga banyak dari peserta yang ingin memulai usaha dan mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan aplikasi ini. Selama kegiatan, seluruh peserta begitu antusias mengikuti setiap tahap demi tahap arahan dan pendampingan yang diberikan, hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan saat *workshop* dan sesi diskusi dilakukan.

Penutupan Kegiatan

Berdasarkan kegiatan pendahuluan dan pelaksanaan yang telah dilaksanakan, secara keseluruhan semua kegiatan berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan. Pada tahap akhir setelah dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan evaluasi dengan cara diskusi, wawancara, dan memantau akun Tiktok yang sudah dibuat. Dalam tahap evaluasi ini menunjukkan hasil yang cukup baik setelah dilaksanakannya kegiatan ini, tingkat keberhasilan ditunjukkan dengan pemahaman siswa/i terkait dengan materi yang sudah disampaikan dan langkah-langkah yang dapat diikuti dalam setiap kegiatan saat *workshop*. Harapannya setelah kegiatan pengabdian ini, para peserta dapat terdorong untuk menjadi *entrepreneur* atau pebisnis muda yang dapat memanfaatkan media sosial, *e-commerce* dan media digital lainnya untuk mendukung proses pemasaran sehingga dapat mendapatkan keuntungan dengan maksimal.

V. KESIMPULAN

Penggunaan media sosial dan media digital lainnya saat ini sudah menjadi kebutuhan dalam kegiatan sehari-hari, dalam satu hari masyarakat menghabiskan waktu berjam-jam untuk sekedar melihat-lihat media sosial. Hal ini tentu menjadi peluang besar dalam strategi pemasaran, semakin banyak pengguna maka sasaran pasar yang dituju jika kita menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran akan semakin luas. Fenomena inilah yang mendasari terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mengingat penting dan efektifnya kegiatan pemasaran dilakukan melalui media sosial khususnya Tiktok terutama jika dilakukan oleh para pebisnis muda yang tentunya memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi. Konten-konten yang diunggah di media sosial harus dibuat sekreatif dan semenarik mungkin agar konsumen tertarik membeli produk yang dipromosikan. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini, harapannya dapat menambah wawasan dan pengetahuan siswa/i SMK Ummul Quro Jatiwaras khususnya jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP), lebih jauh lagi peserta dapat mengimplementasikannya untuk menunjang kegiatan pemasaran sebagai pebisnis muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Y. U., Santoso, M. F., Pattiasina, T., & Wahidin, A. J. (2022). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Kelompok Masyarakat Peduli Iklim Bumiku Satu. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(5), 5085-5092.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Maulidizen, A., Sofian, E., Ramadhan, R., Hidayat, R., Alatas, A., Perdana, M. M. K., & Thoriq, M. R. (2022). Pengenalan Aplikasi Tiktok Sebagai Platform Pemasaran Baru Untuk Pelaku Umkm: Introduction to The Tiktok Application as A New Marketing Platform For Msmes. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 19-23.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tik Tok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21-34.
- Oktavia, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk. *Technopreneuship*.
- Puspatriani, A. D., Budiman, A., & Rahman, L. K. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk UMK–Digital Marketing Tahun 2022 Kelurahan Cipedes, Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya. *Darma Abdi Karya*, 1(1), 56-62.
- Rampai, B. (2023). Manajemen Pemasaran (*Artificial Intelligence Marketing*). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207-214.
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 717-723.